

INTISARI

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian konsumen Shuttlecock JAVA. Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah non-probability sampling. Data penelitian diambil berdasarkan kuesioner oleh 100 responden. Sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dari hasil uji t diketahui bahwa tingkat signifikan Pengaruh Harga dan Kualitas Produk secara keseluruhan dibawah nilai signifikan tetapi nilai dari Citra Merek mempunyai nilai diatas dari nilai signifikan, sehingga secara parsial kedua Variabel Harga dan Kualitas Produk memiliki pengaruh signifikan dan salah satu Variabel Citra Merek tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian.

Bagi perusahaan Shuttlecock JAVA diharapkan tetap menjaga harga dan Kualitas Produk dan meningkatkan Citra Merek dengan baik agar keputusan pembelian meningkat.

Kata kunci :Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, dan Keputusan pembelian.

ABSTRACT

This research is aimed to find out the influence of Brand image, price and product quality to the purchase decision of JAVA Shuttlecock. The sampling collection technique has been done by using non probability sampling. The research data has been obtained by issuing questionnaires to the 100 respondents. Meanwhile, the analysis technique has been carried out by using multiple linear regressions.

This research is quantitative method. It has been found from the result of the t test that the significant level of the influence of price and product quality overall is under the significant value but the value of brand image is higher than significant value, so partially these two variables of price and product quality have significant influence and one of the variables of brand image does not have any significant influence to the dependent variable i.e. purchasing decision.

It has been expected that the company of JAVA Shuttlecock to maintain price and product quality in order to increase good brand image so that the purchasing decision will increase.

Keywords: *Brand image, Price, Product quality, and purchasing decision.*